



Weingut Clemens: Guter Wein ist kein Geheimnis



Der 2. Staatsehrenpreis im Hause Clemens zeugt von dem Gespür für guten Wein.
Foto: Christina Bents

Im Weingut Clemens wird auf viele Kleinigkeiten geachtet, damit der Wein gelingt. Der zweite Staatsehrenpreis ist das Ergebnis von genauem Arbeiten und einem guten Gespür für den Wein. Neben dem Weingut gehören Ferienwohnungen und Gästezimmer zum Betrieb. Um Neukunden zu gewinnen, ist der Internetauftritt sehr wichtig geworden.

Zwei Generationen, die an einem Strang ziehen: Das kann man im Weingut Clemens in Poltersdorf sehen. Während die Männer sich um den Weinbau kümmern, sind die Frauen für die Gäste da. Es ist ein typischer Familienbetrieb. Die einzelnen Mitglieder, das sind Andreas und Tanja sowie Werner

und Hildegard, bringen sich mit ihren Stärken und Ideen ein. Sie unterstützen sich gegenseitig. Seit mehreren Generationen wird im Hause Clemens Wein angebaut. 1959 hat der Flaschenweinverkauf begonnen. 1982 kamen erste Gästezimmer dazu. Werner Clemens: „Im Weinbau hat es einen großen Wandel gegeben. Früher haben die Kunden fast ausschließlich lieblichen Wein getrunken. Heute sind es noch 15%, die lieblichen Wein kaufen.“ Geändert hat sich auch viel im Weinausbau. Andreas Clemens: „Früher war man im Herbst zwei Stunden am Tag im Keller beschäftigt. Heute ist das

alles sehr viel aufwändiger geworden. Jeden einzelnen Schritt beim Weinausbau begleiten wir, denn die Kette reißt am schwächsten Glied.“ Zudem sind die Erträge heute niedriger. Die Reben werden breiter gepflanzt. Eine möglichst späte Lese wird angestrebt. Im Hause Clemens wird auf eine gute Humusversorgung der Weinbergböden geachtet.

QUERTERRASSEN IM SCHLOSSBERG

Neben dem Riesling werden im Weingut Clemens 25% Spätburgunder, 3% Weißburgunder und 2% Rivaner angebaut. Besonders gut sind die Lagen, in denen das Weingut Riesling und Spätburgunder anbaut. Stolz ist die Familie Clemens auf ihre Wein-

berge auf beiden Seiten des Cochemer Schlossbergs unterhalb der berühmten Reichsburg. Auf der einen Seite ist Riesling im Anbau, auf der anderen Seite Spätburgunder. Andreas Clemens: „Das hat natürlich auch eine Werbewirkung. Die vielen Besucher der Reichsburg sehen die Schilder mit unserem Weingut. So kommen viele Kunden zu uns, die genau diesen Wein probieren wollen.“ Eine weitere Besonderheit haben die Weinberge im Schlossberg. Sie sind seit 1998 in Querterrassen angelegt. Werner Clemens: „Dadurch ist der Arbeitsaufwand deutlich geringer geworden. Es ist aber auch durch die Böschung und den Wegebau einiges an Fläche verloren gegangen.“

INTERNETAUFTRIFF WICHTIG

Das Internet wird immer wichtiger für die Neukundenwerbung. Tanja Clemens: „Wir versuchen unseren Internetauftritt möglichst einfach und übersichtlich zu gestalten. Wir staunen selbst, wie viele Bestellungen und Zimmerbuchungen über das Internet von Menschen getätigt werden, die bisher nicht Kunden bei uns waren.“

Zudem haben die Clemens viele Neukunden durch die Zimmervermietung. „Wir bieten dreimal pro Woche eine Weinprobe für unsere Hausgäste an. In unserem Anwesen ist der Wein überall präsent. Die Gäste probieren, kaufen, nehmen den Wein mit nach Hause und werden schließlich zu Stammkunden.“

Neben dem Engagement in den Weinbergen und bei den Hausgästen sind die Clemens im Ort ehrenamtlich aktiv. Hildegard Clemens spielt beispielsweise alle vierzehn Tage bei der Lagerfeuermusik im Ort für die Gäste in Ellenz-Poltersdorf. Hildegard Clemens: „Wir haben einen guten Zusammenhalt im Dorf und können so den Urlaubern einiges bieten, damit sie sich wohl fühlen. Davon haben alle etwas.“

Für die Zukunft stehen im Hause Clemens Bauarbeiten für einen neuen Verkaufsraum und die Neugestaltung des Hofes an. Tanja Clemens: „Für unsere Gäste wollen wir den Hof noch gemütlicher machen. Für die Abholkunden soll ein moderner Raum geschaffen werden. Hier haben sie die Möglichkeit, die Weine zu probieren, ohne in den Keller gehen zu müssen.“
Christina Bents



Zwei Generationen, die an einem Strang ziehen: das Weingut Clemens in Poltersdorf.
Foto: Bents



Moderne Flaschenausstattung soll auch jüngere Weinkunden ansprechen.
Foto: Bents